

# Inhalt

Vorbemerkungen .....	11
<b>1. Struktur und Relevanz der Untersuchung.....</b>	<b>13</b>
1.1 Entwicklung der Fragestellung.....	13
1.2 Konzeption der Untersuchung.....	14
1.3 Relevanz der Fragestellung für die Journalistik .....	15
1.4 Relevanz der Fragestellung für Nachrichtenagenturen und Regionalzeitungen .....	17
<b>2. Einfluss der Nachrichtenagenturen auf die Berichterstattung der Massenmedien .....</b>	<b>19</b>
<b>3. Wettbewerb der Agenturen.....</b>	<b>21</b>
<b>4. Nachrichtenselektionsforschung .....</b>	<b>23</b>
<b>5. Mögliche Kriterien für die Auswahl konkurrierender Agenturtexte .....</b>	<b>29</b>
5.1 Entwicklung der Forschungsfragen .....	29
5.2 Theoretische Überlegungen zur Richtigkeit von Agenturtexten.....	31
5.3 Theoretische Überlegungen zur Aktualität von Agenturtexten.....	33
5.4 Theoretische Überlegungen zu Sachlichkeit und Vollständigkeit von Agenturtexten .....	35
5.5 Theoretische Überlegungen zur Verständlichkeit von Agenturtexten .....	39
5.6 Theoretische Überlegungen zur Unterhaltsamkeit von Agenturtexten .....	41
5.7 Theoretische Überlegungen zum Einstieg von Agenturtexten .....	44

5.8	Theoretische Überlegungen zum Sprachstil der Agenturen.....	46
5.9	Theoretische Überlegungen zur Textmenge des Agenturangebotes.....	49
5.10	Theoretische Überlegungen zum Ruf der Nachrichtenagenturen .....	51
5.11	Theoretische Überlegungen zu Routinen der Zeitungsredakteure .....	52
5.12	Theoretische Überlegungen zum redaktionellen Umfeld .....	55
<b>6.</b>	<b>Forschungsmethoden.....</b>	<b>59</b>
6.1	Überlegungen zur Wahl der Forschungsmethoden .....	59
6.2	Die angewandten Forschungsmethoden .....	61
6.2.1	Inhaltsanalyse .....	61
6.2.2	Befragung .....	62
6.2.3	Teilnehmende Beobachtung .....	63
<b>7.</b>	<b>Operationalisierung der möglichen Auswahlkriterien.....</b>	<b>65</b>
7.1	Indikatoren für Richtigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	65
7.2	Indikatoren für Aktualität der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	66
7.3	Indikatoren für Sachlichkeit und Vollständigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	67
7.4	Indikatoren für Verständlichkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	67
7.5	Indikatoren für Unterhaltsamkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	69
7.6	Indikatoren für den Einstieg der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	70
7.7	Indikatoren für den Sprachstil der Agenturen als Auswahlkriterien .....	71
7.8	Indikatoren für die Textmenge des Agenturangebotes als Auswahlkriterium.....	72
7.9	Indikatoren für den Ruf der Agenturen als Auswahlkriterium .....	73
7.10	Indikatoren für Routinen der Zeitungsredakteure als Auswahlkriterium .....	73

---

7.11	Indikatoren für das redaktionelle Umfeld als Auswahlkriterium.....	74
<b>8.</b>	<b>Datenerhebung und Auswertung.....</b>	<b>75</b>
8.1	Inhaltsanalyse .....	75
8.2	Befragung .....	77
8.3	Beobachtung .....	78
<b>9.</b>	<b>Darstellung und Interpretation der Ergebnisse .....</b>	<b>81</b>
9.1	Ergebnisse der Inhaltsanalyse .....	81
9.1.1	Berichterstattung über Entschädigungsforderungen nach dem Zugangslück von Eschede.....	81
9.1.2	Berichterstattung über ein mögliches Ende der Wahlprüfung in Hessen.....	83
9.1.3	Berichterstattung über ein Urteil zur Airbus-Werkserweiterung .....	85
9.1.4	Berichterstattung über das gestrandete Kreuzfahrtschiff „Mistral“ .....	87
9.1.5	Berichterstattung über ein Urteil des UN-Kriegsverbrechertribunals .....	89
9.1.6	Berichterstattung über eine Studie zu Rechtsextremisten in der Bundeswehr.....	91
9.2	Ergebnisse der Befragung.....	92
9.2.1	Richtigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	92
9.2.2	Aktualität der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	93
9.2.3	Sachlichkeit und Vollständigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterien .....	94
9.2.4	Verständlichkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	94
9.2.5	Unterhaltsamkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	95
9.2.6	Einstieg der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	96
9.2.7	Sprachstil der Agenturen als Auswahlkriterium.....	97
9.2.8	Textmenge des Agenturangebotes als Auswahlkriterium.....	98
9.2.9	Ruf der Agenturen als Auswahlkriterium .....	99
9.2.10	Routinen der Zeitungsredakteure als Auswahlkriterium .....	100
9.2.11	Redaktionelles Umfeld als Auswahlkriterium .....	101
9.3	Ergebnisse der Beobachtung .....	102
9.3.1	Richtigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium.....	102

9.3.2	Aktualität der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	102
9.3.3	Sachlichkeit und Vollständigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterien .....	104
9.3.4	Verständlichkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	104
9.3.5	Unterhaltsamkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	105
9.3.6	Einstieg der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	105
9.3.7	Sprachstil der Agenturen als Auswahlkriterium .....	107
9.3.8	Textmenge des Agenturangebotes als Auswahlkriterium .....	107
9.3.9	Ruf der Agenturen als Auswahlkriterium .....	108
9.3.10	Routinen der Zeitungsredakteure als Auswahlkriterium .....	108
9.3.11	Redaktionelles Umfeld als Auswahlkriterium .....	110
<b>10.</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>113</b>
10.1	Richtigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	113
10.2	Aktualität der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	114
10.3	Sachlichkeit und Vollständigkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterien .....	115
10.4	Verständlichkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	116
10.5	Unterhaltsamkeit der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	116
10.6	Einstieg der Agenturtexte als Auswahlkriterium .....	117
10.7	Sprachstil der Agenturen als Auswahlkriterium .....	118
10.8	Textmenge des Agenturangebotes als Auswahlkriterium .....	119
10.9	Ruf der Agenturen als Auswahlkriterium .....	120
10.10	Routinen der Zeitungsredakteure als Auswahlkriterium .....	121
10.11	Redaktionelles Umfeld als Auswahlkriterium .....	122
<b>11.</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>125</b>
<b>12.</b>	<b>Ausblick</b> .....	<b>131</b>
<b>13.</b>	<b>Auszüge aus den Interviews</b> .....	<b>133</b>
13.1	Interview I .....	133
13.2	Interview II .....	137
13.3	Interview III .....	140
13.4	Interview IV .....	143
13.5	Interview V .....	144

---

14.	<b>Auszüge aus der Agenturberichterstattung</b> .....	147
15.	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	151
16.	<b>Sachregister</b> .....	157